ANALISIS KUALITAS LAYANAN DALAM UPAYA PENINGKATAN KEPUASAN PELANGGAN DENGAN MENGGUNAKAN METODE *IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS* (IPA) DI BATIQA HOTEL PEKANBARU

Gamma Ramadhanil Aldi[1)], Samsir[2)], Anggia Paramitha[2)]
1) Mahasiswa Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Riau
2) Dosen Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Riau
Email : gamaramadhanil88@gmail.com

ABSTRACT

This study aims to determine the gap between performance and customer expectations for service quality, knowing the attributes that are priority to improve service quality, as well as efforts to improve service attributes at Batiqa Hotel Pekanbaru.

The population in this study were all customers who visited Batiqa Hotel Pekanbaru. The sample selection was carried out using purposive sampling method, while the number of samples in this study amounted to 100 respondents. The data used in this study are primary and secondary data. Primary data were collected using a questionnaire as an instrument to prove the results of the research, the data were processed using the Servqual method and the Importance Performance Analysis (IPA) method.

The results showed that based on the Servqual calculation as a whole, the service quality attributes of Batiqa Hotel Pekanbaru were maximal, this is indicated by a positive gap value of 0.1775. Pekanbaru is at its maximum, this is indicated by a positive gap value of 0.1775. Similar to the Servqual calculation, in the IPA calculation the quality of the service obtained shows that the value is quite ideal, which is indicated by the IPA value above 100%, which is equal to 104.49%. Based on the IPA Matrix, it was found 11 (eleven) attributes that must be repaired immediately, namely attractive Batiqa Hotel building, attractive hotel room decoration and layout, fast Wi-Fi access available, service as promised, employees responsive to requests guests, employees process guest needs quickly, employees process guest needs quickly, hotel employees can reprimand mistakes made by hotel guests politely, feel safe when leaving items in the room, feel safe when leaving the vehicle in the parking lot that has been provided, employees understand well the needs of guests and hotel employees are willing to accept criticism from hotels well. Among those with the biggest gap is the attribute "attractive Batiqa Hotel building" which is equal to -0.1300, while the smallest gap is attribute X4 "The availability of fast Wi-Fi access is 0.0400. The solutions offered related to these service attributes are by renovating the hotel building, resetting the position of the router and modem as well as increasing Wi-Fi speed, fixing malfunctioning equipment, monthly maintenance, maximizing manager performance, resetting employee job descriptions, routine activities monthly, soft skills training, additional security systems by adding a barrier gate, and CCTV.

Keywords: Service Quality, Servqual, IPA

PENDAHULUAN

Banyaknya jumlah hotel di Pekanbaru mengindikasikan bahwa terdapat persaingan yang tinggi diantara perusahaan penyedia jasa layanan hotel. Sehingga bagi perusahaan penyedia jasa layanan hotel yang ingin tetap eksis dalam dunia perhotelan, harus memiliki kemampuan daya saing

Salah satu upaya untuk mempertahankan pelanggan adalah dengan memberikan kepuasan. Pada industri jasa, kepuasan pelanggan selalu dipengaruhi oleh kualitas interaksi antara pelanggan dan karyawan yang melakukan kontak layanan (Kotler, 2000). Pada dasarnya, ada dua hal pokok yang berkaitan dengan layanan, yaitu harapan pelanggan terhadap kualitas layanan (*expected*) dan persepsi pelanggan atas kualitas layanan pada saat menerima layanan (*perceive*).

Batiqa Hotel merupakan salah satu hotel bintang tiga yang ada di kota Pekanbaru. Terdapat beberapa keluhan pelanggan mengenai pelayanan yang diberikan oleh penyedia jasa. Sehingga hal tersebut sering mengakibatkan ketidak nyamanan bagi pelanggan yang ingin melakukan reservasi kamar, karena harus berdiri cukup lama apabila tempat duduk yang disediakan sudah penuh untuk menunggu kesiapan kamar.

Berdasarkan data yang diperoleh dari pihak hotel menyakatan bahwa Batiqa Hotel pada tahun 2017 sampai tahun 2019 mengalami fluktuatif. Tingkat *room occupancy* pada tahun 2017 sampai 2019 secara keseluruhan cenderung mengalami penurunan, dengan tingkat penurunan sebesar 3 persen.

Agar dapat tetap bersaing, mempertahankan pelanggan, serta meningkatkan jumlah pelanggan yang ada, maka pihak Batiqa Hotel harus mengetahui tentang faktor-faktor penting yang dapat meningkatkan kualitas layanan yang diberikan. Untuk itu perlu dilakukan penelitian mengenai pelayanan apa yang diharapkan, dirasakan konsumen, serta mengenai tindakan-tindakan apa yang perlu ditempuh dalam rangka memastikan penyampaian kualitas jasa kepada para pelanggan.

TINJAUAN PUSTAKA

Service Quality

Menurut Kotler & Keller (2012) dalam Tjiptono dan Chandra (2016:13), Pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun.

Sedangkan kualitas jasa merupakan konsepsi yang bersifat abstrak dan sulit dipahami. Karena kualitas jasa bersifat tidak berwujud, heterogen serta produksi dan dikonsumsi dalam waktu yang bersamaan. Parasuraman, *et., al.* (1998) mendefinisikan kualitas layanan adalah seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan pelanggan atas layanan yang mereka terima. Kualitas jasa juga dimaksudkan berpusat pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan.

Ada dua faktor utama yang mempengaruhi kualitas layanan, yaitu *expected service* dan *perceived service* (Parasuraman, *et., al*. 1985

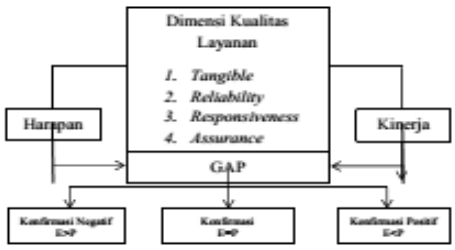
dalam Tjiptono dan Chandra, 2016:125). Apabila jasa yang diterima atau dirasakan (*perceived service*) sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas jasa dipersepsikan baik dan memuaskan. Jika jasa yang diterima melampaui harapan pelanggan, maka kualitas jasa dipersepsikan sebagai kualitas yang ideal. Sebaliknya jika jasa yang diterima lebih rendah daripada yang diharapkan, maka kualitas jasa dipersepsikan buruk. Dengan demikian baik tidaknya kualitas jasa tergantung pada kemampuan penyedia jasa dalam memenuhi harapan pelanggannya secara konsisten.

Customer Satisfaction

Menurut Gasperz (1997) kepuasan pelanggan adalah semua orang yang menuntut perusahaan untuk memenuhi standar kualitas tertentu dan karena itu akan memberikan pengaruh pada *performance* perusahaan.

Kerangka Pemikiran Teoritis

Gambar 1 Kerangka Peneltian



Sumber : *Modifikasi Yusnani dan Herry 2015*

METODE PENELITIAN

Lokasi Penelitian

Dalam penyusunan skripsi, peneliti akan melakukan penelitian pada Batiqa Hotel Pekanbaru

Sumber dan Jenis Data

a. Data Primer

Data primer merupakan data yang diambil langsung dari objek penelitian, yaitu dengan wawancara dan kuisioner. Penelitian ini menggunakan data berupa jawaban responden (pelanggan) terhadap item-item pertanyaan yang terdapat dalam instrumen penelitian (bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan kepuasan pelanggan).

b. Data Sekunder

Merupakan data yang telah diolah oleh pihak luar yang berkenaan dengan objek penelitian. Data tersebut dapat diambil dari referensi, data statistik, internet dan lain-lain.

Populasi dan Sampel

a. Populasi

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan layanan jasa Batiqa Hotel yang berada di Batiqa Hotel Pekanbaru pada saat penelitian.

b. Sampel

Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *non probability sampling* dengan metode *sampling* yang digunakan adalah *purposive sampling. Purposive Sampling yaitu* pengambilan sampel dengan membatasi pada ciri-ciri khusus seseorang yang memberikan informasi yang dibutuhkan.

Metode pengumpulan Data

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan survey menggunakan kuesioner.

Metode Analisis Data

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan analisis data kuantitatif, yaitu analisis yang dapat diklasifikasikan ke dalam kategori-kategori yang berwujud angka yang dapat dihitung untuk menghasilkan penafsiran kuantitatif yang kokoh. Tingkat pengukuran yang digunakan dalam pengukuran variabel adalah skala Likert. Data diolah melalui SPSS dengan menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas.

a. Uji Validitas

Menurut Arikunto (2012:211) bahwa validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat kesahihan suatu alat ukur.

b. Uji Reliabilitas

Reliabel menunjukkan pada suatu pengertian bahwa suatu istrumen cukup dapat dipercaya untuk dapat digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrumen tersebut sudah baik. Instrumen yang baik tidak akan bersifat tendensius mengarahkan responden untuk memilih jawaban-jawaban tertentu (Arikunto, 2012:221)

Pengolahan Data dengan *Servqual*

Servqual adalah suatu metode desktiptif guna menggambarkan tingkat kualitas layanan. Metode ini dikembangkan tahun 1985 oleh A. Parasuraman, Valarie A. Zeithaml, dan Leonard L. Berry. Disamping itu s*ervqual* berfungsi untuk mengukur seberapa besar celah (*gap*) yang ada diantara harapan dan persepsi pelanggan terhadap suatu perusahaan jasa.

Pengolahan Data dengan *Importance Performence Analysis* (IPA)

Metode *Importance Performence Analysis* pertama kali diperkenalkan oleh Martilla dan James (1977) dengan tujuan untuk mengukur hubungan antara persepsi konsumen dan prioritas peningkatan kualitas produk/jasa.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Nilai *Gap* Keseluruhan Berdasarkan Perhitungan *Servqual*

Tabel 1 Perhitungan Nilai *Servqual*

Atribut	Nama Atribut	*Expected*	*Perceived*	*Gap*
X1	Bangunan Hotel Batiqa Pekanbaru menarik	4,1700	4,0400	-0,1300
X2	Dekorasi dan tata ruangan kamar hotel menarik	4,0400	4,2000	0,1600
X3	Tersedia tempat parkir yang luas	3,8600	4,3300	0,4700
X4	Tersedia akses Wi-Fi yang cepat	4,1000	4,1600	0,0600
X5	Penampilan karyawan Hotel Batiqa Pekanbaru rapi dan menarik	3,8800	4,3600	0,4800
X6	Karyawan Hotel Batiqa dapat berpenampilan secara profesional	4,0300	4,2100	0,1800
X7	Layanan sesuai dengan yang dijanjikan	4,1400	4,1700	0,0300
X8	Pelayanan informasi mudah diakses	3,9700	4,2700	0,3000
X9	Tersedia restoran 24 Jam	4,0900	4,3700	0,2800
X10	Tersedia resepsionis 24 Jam	3,9700	4,3000	0,3300
X11	Karyawan cepat tanggap dalam menanggapi permintaan tamu	4,1700	4,1800	0,0100
X12	Karyawan memberikan informasi dengan tepat dan benar tentang informasi terbaru seputar kamar	4,0100	4,2200	0,2100
X13	Karyawan memproses kebutuhan tamu dengan cepat	4,2100	4,2100	0,0000
X14	Kecepatan petugas kamar	3,7900	4,2400	0,4500

Atribut	Nama Atribut	*Expected*	*Perceived*	*Gap*
	dalam melayani kebutuhan tamu hotel			
X15	Karyawan selalu bersedia membantu mengatasi kesulitan yang dihadapi tamu	4,0500	4,2600	0,2100
X16	Karyawan memberikan informasi dengan cepat	3,9100	4,2000	0,2900
X17	Karyawan melayani tamu dengan sopan	4,1300	4,3400	0,2100
X18	Karyawan hotel dapat menegur kesalahan yang diperbuat oleh tamu hotel dengan sopan	4,1100	4,2100	0,1000
X19	Merasakan aman pada saat meninggalkan barang-barang di kamar	4,1000	4,1500	0,0500
X20	Merasakan aman pada saat meninggalkan kendaraan di tempat parkir yang telah disediakan	4,1100	4,1600	0,0500
X21	Karyawan memahami dengan baik kebutuhan tamu	4,0800	4,1300	0,0500
X22	Dapat dipermudah dalam melakukan administrasi	3,9100	4,1700	0,2600
X23	Karyawan mampu melayani tamu secara individual sehingga tamu merasa bahwa biaya yang mereka keluarkan sepadan dengan kualitas layanan yang diterima	3,9900	4,1600	0,1700
X24	Karyawan hotel mau menerima kritik dari hotel dengan baik	4,0600	4,1000	0,0400
RATA-RATA		**4,2142**	**4,0367**	**0,1775**

Sumber: *Data Olahan 2021*

Dari hasil perhitungan *servqual*, didapat bahwa atribut "Bangunan Batiqa Hotel menarik" memiliki nilai *gap* tertinggi yaitu sebesar -0,1300. Hal ini menunjukkan bahwa menurut harapan dan persepsi pengguna terhadap bentuk bangunan belum memenuhi harapan, atau dapat diartikan bangunan Batiqa Hotel tidak berbeda dengan bangunan hotel yang lain. Sementara atribut yang memiliki *gap* paling kecil yaitu sebesar 0,4800 adalah atribut "Penampilan karyawan Hotel Batiqa Pekanbaru rapi dan menarik ". Ini menunjukkan bahwa layanan restoran hotel selalu beroperasi dengan jam yang maksimal.

Tetapi secara keseluruhan hasil perhitungan *servqual* bernilai positif, yaitu sebesar 0,1775, artinya kualitas layanan hotel sudah maksimal. Dari hasil perhitungan, dapat dilihat nilai *gap* rata-rata diatas 1, kondisi ini menunjukkan kualitas layanan yang diberikan Batiqa Hotel Pekanbaru telah mencapai kualitas jasa yang ideal.

Nilai IPA Keseluruhan Berdasarkan Perhitungan *Importance Peformance Analysis*

Tabel 2 Perhitungan Nilai *Importance Peformance Analysis*

Atribut	Nama Atribut	Kepentingan	Kinerja	IPA
X1	Bangunan Hotel Batiqa Pekanbaru menarik	4,1700	4,0400	96,88%
X2	Dekorasi dan tata ruangan kamar hotel menarik	4,0400	4,2000	103,96 %
X3	Tersedia tempat parkir yang luas	3,8600	4,3300	112,18 %
X4	Tersedia akses Wi-Fi yang cepat	4,1000	4,1600	101,46 %
X5	Penampilan karyawan Hotel Batiqa Pekanbaru rapi dan menarik	3,8800	4,3600	112,37 %
X6	Karyawan Hotel Batiqa dapat berpenampilan secara profesional	4,0300	4,2100	104,47 %
X7	Layanan sesuai dengan yang dijanjikan	4,1400	4,1700	100,72 %
X8	Pelayanan informasi mudah diakses	3,9700	4,2700	107,56 %
X9	Tersedia restoran 24 Jam	4,0900	4,3700	106,85

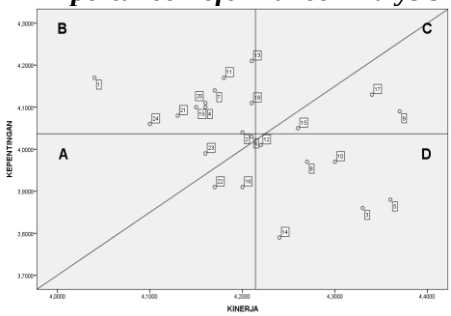
Atribut	Nama Atribut	Kepentingan	Kinerja	IPA
				%
X10	Tersedia resepsionis 24 Jam	3,9700	4,3000	108,31 %
X11	Karyawan cepat tanggap dalam menanggapi permintaan tamu	4,1700	4,1800	100,24 %
X12	Karyawan memberikan informasi dengan tepat dan benar tentang informasi terbaru seputar kamar	4,0100	4,2200	105,24 %
X13	Karyawan memproses kebutuhan tamu dengan cepat	4,2100	4,2100	100,00 %
X14	Kecepatan petugas kamar dalam melayani kebutuhan tamu hotel	3,7900	4,2400	111,87 %
X15	Karyawan selalu bersedia membantu mengatasi kesulitan yang dihadapi tamu	4,0500	4,2600	105,19 %
X16	Karyawan memberikan informasi dengan cepat	3,9100	4,2000	107,42 %
X17	Karyawan melayani tamu dengan sopan	4,1300	4,3400	105,08 %
X18	Karyawan hotel dapat menegur kesalahan yang diperbuat oleh tamu hotel dengan sopan	4,1100	4,2100	102,43 %
X19	Merasakan aman pada saat meninggalkan barang-barang di kamar	4,1000	4,1500	101,22 %
X20	Merasakan aman pada saat meninggalkan kendaraan di tempat parkir yang telah disediakan	4,1100	4,1600	101,22 %
X21	Karyawan memahami dengan baik kebutuhan tamu	4,0800	4,1300	101,23 %
X22	Dapat dipermudah dalam melakukan administrasi	3,9100	4,1700	106,65 %
X23	Karyawan mampu melayani tamu secara individual sehingga tamu merasa bahwa biaya yang mereka keluarkan sepadan dengan kualitas layanan yang diterima	3,9900	4,1600	104,26 %
X24	Karyawan hotel mau menerima kritik dari hotel dengan baik	4,0600	4,1000	100,99 %
RATA-RATA		**4,2142**	**4,0367**	**104,49 %**

Sumber: *Data Olahan 2021*

Dalam tabel, nilai IPA<100% menunjukkan bahwa pelanggan merasa bahwa tingkat layanan yang disediakan oleh perusahaan tidak memenuhi harapan mereka. Di sisi lain, nilai IPA>100% menunjukkan bahwa pelanggan merasa bahwa tingkat kualitas pelayanan melebihi harapan mereka. Perbandingan persepsi pelanggan mengenai kualitas layanan dengan harapan mereka menunjukkan perbedaan yang signifikan secara statistik pada semua item pertanyaan. Dari hasil analisis IPA di atas, nilai seluruh indikator >100% yaitu sebesar 104,49%, sehingga secara keseluruhan layanan yang diberikan sudah memberikan kepuasan bagi konsumen.

Penjabaran Matrix *Importance Peformance Analysis*

Gambar 2 Hasil *Matrix Importance Peformance Analysis*



Sumber : *Data Olahan, 2021*

Berdasarkan uraian Matrix *Importance Peformance Analysis* diatas, yang tergolong dalam Kuadran B adalah prioritas utama

untuk dilakukan perbaikan, memiliki skor yang tinggi dari sisi tingkat kepentingan namun memiliki skor yang rendah dari sisi kinerja. Hasil ini menunjukkan rendahnya kualitas layanan dan ketidakpuasan pelanggan terhadap layanan yang diberikan. Adapun atribut tersebut adalah :

1. Atribut nomor 1 berupa "Bangunan Batiqa Hotel menarik"
2. Atribut nomor 2 berupa "Dekorasi dan tata ruangan kamar hotel menarik"
3. Atribut nomor 4 berupa "Ketersediaan akses Wi-Fi yang cepat"
4. Atribut nomor 7 berupa "Hotel memiliki peralatan berteknologi terbaru"
5. Atribut nomor 11 berupa "Karyawan memberikan informasi dengan tepat dan benar tentang informasi terbaru"
6. Atribut nomor 13 berupa "Karyawan memproses kebutuhan tamu dengan cepat"
7. Atribut nomor 18 berupa "Karyawan hotel dapat menegur kesalahan yang diperbuat oleh tamu hotel dengan sopan"
8. Atribut nomor 19 berupa "Merasakan aman pada saat meninggalkan barang-barang di kamar"
9. Atribut nomor 20 berupa "Merasakan aman pada saat meninggalkan kendaraan di tempat parkir yang telah disediakan"
10. Atribut nomor 21 berupa "Karyawan memahami dengan baik kebutuhan tamu"
11. Atribut nomor 24 berupa "Karyawan hotel mau menerima kritik dari hotel dengan baik"

Pada Kuadran C, "*Keep up the good work*", memiliki skor yang tinggi baik dari sisi tingkat kepentingan maupun kinerjanya. Atribut-atribut pada kategori ini merupakan atribut yang ideal, karena ini menunjukkan bahwa hotel memiliki keunggulan di bidang-bidang yang dianggap penting oleh pelanggan. Adapun atribut tersebut adalah :

1. Atribut nomor 9 berupa "Tersedia restoran 24 Jam"
2. Atribut nomor 15 berupa "Karyawan selalu bersedia membantu mengatasi kesulitan yang dihadapi tamu"
3. Atribut nomor 17 berupa "Karyawan melayani tamu dengan sopan"

Pada Kuadran A, "*Low Priority"*, skor tingkat kepentingan dan kinerja sama-sama bernilai rendah, atribut-atribut yang termasuk dalam kelompok ini dapat diabaikan oleh manajemen di masa yang akan mendatang. Adapun atribut tersebut adalah:

1. Atribut nomor 6 berupa "Karyawan Hotel Batiqa dapat berpenampilan secara profesional"
2. Atribut nomor 16 berupa "Karyawan memberikan informasi dengan cepat"
3. Atribut nomor 22 berupa "Dapat dipermudah dalam melakukan administrasi"
4. Atribut nomor 23 berupa "Karyawan mampu melayani tamu secara individual sehingga tamu merasa bahwa biaya yang mereka keluarkan sepadan dengan kualitas layanan yang diterima"

Sedangkan pada Kuadran D, "*Posible overkill*", skor tingkat kinerja tinggi namun skor kepentingan rendah. Hasil menunjukkan bahwa manajemen hotel terlalu banyak terfokus pada atribut-atribut yang berdampak kecil tehadap kepuasan pelanggan, dalam pelaksanaan atribut ini dirasakan terlalu berlebihan padahal konsumen menganggap kurang penting. Adapun atribut tersebut adalah:

1. Atribut nomor 3 berupa "Tersedia tempat parkir yang luas"
2. Atribut nomor 5 berupa "Penampilan karyawan Hotel Batiqa Pekanbaru rapi dan menarik"
3. Atribut nomor 8 berupa "Pelayanan informasi mudah diakses"
4. Atribut nomor 10 berupa "Tersedia resepsionis 24 Jam"
5. Atribut nomor 12 berupa "Karyawan memberikan informasi dengan tepat dan benar tentang informasi terbaru seputar kamar"
6. Atribut nomor 14 berupa "Kecepatan petugas kamar dalam melayani kebutuhan tamu hotel"

Strategi Perbaikan Kualitas Layanan

Identifikasi *What/Customer Requirement*

What merupakan atribut-atribut yang akan diperbaiki, *what* didapatkan berdasarkan pada kuadran B yang sudah dilakukan pengolahan menggunakan analisis IPA. Kuadran B menjadi prioritas perbaikan karena memiliki nilai kepentingan yang tinggi namun memiliki tingkat kinerja yang rendah. Berikut adalah daftar yang akan dilakukan perbaikan:

Tabel 3 *Whats List*

Atribut	Nama Atribut	Dimensi	Kategori IPA
X1	Bangunan Batiqa Hotel menarik	*Tangible*	B
X2	Dekorasi dan tata ruangan kamar hotel menarik	*Tangible*	B
X4	Tersedia akses Wi-Fi yang cepat	*Tangible*	B
X7	Layanan sesuai dengan yang dijanjikan	*Reliability*	B
X11	Karyawan cepat tanggap dalam menanggapi permintaan tamu	*Responsiveness*	B
X13	Karyawan memproses kebutuhan tamu dengan cepat	*Responsiveness*	B
X18	Karyawan hotel dapat menegur kesalahan yang diperbuat oleh tamu hotel dengan sopan	*Assurance*	B
X19	Merasakan aman pada saat meninggalkan	*Assurance*	B

	barang-barang di kamar		
X20	Merasakan aman pada saat meninggalkan kendaraan di tempat parkir yang telah disediakan	*Assurance*	B
X21	Karyawan memahami dengan baik kebutuhan tamu	*Emphaty*	B
X24	Karyawan hotel mau menerima kritik dari hotel dengan baik	*Emphaty*	B

Sumber: *Data Olahan 2021*

Identifikasi *Important of Whats*

Importance of what adalah *voice of costumer* yang merupakan atribut-atribut yang harus dipenuhi, dengan dilakukannya perbaikan pada *voice of customer* akan menghasilkan nilai yang lebih dimata pelanggan yang merasakan atribut layanan tersebut. *Importance of whats* didapat setelah menentukan faktor apa saja yang tergolong dalam matrik *What*s, skor *Importance of whats* didapat dari skor mean pada sisi tingkat kepentingan pelanggan hotel pada masing-masing layanan yang diberikan oleh Batiqa Hotel Pekanbaru.

Tabel 4 *Importance Of Whats*

Atribut	Nama Atribut	Skor Mean Kepentingan
X1	Bangunan Batiqa Hotel menarik	**4,1700**
X2	Dekorasi dan tata ruangan kamar hotel menarik	**4,0400**
X4	Tersedia akses Wi-Fi yang cepat	**4,1000**
X7	Layanan sesuai dengan yang dijanjikan	**4,1400**
X11	Karyawan cepat tanggap dalam menanggapi permintaan tamu	**4,1700**
X13	Karyawan memproses kebutuhan tamu dengan cepat	**4,2100**
X18	Karyawan hotel dapat menegur kesalahan yang diperbuat oleh tamu hotel dengan sopan	**4,1300**
X19	Merasakan aman pada saat meninggalkan barang-barang di kamar	**4,1100**
X20	Merasakan aman pada saat meninggalkan kendaraan di tempat parkir yang telah disediakan	**4,1000**
X21	Karyawan memahami dengan baik kebutuhan tamu	**4,0800**
X24	Karyawan hotel mau menerima kritik dari hotel dengan baik	**4,0600**

Sumber: *Data Olahan 2021*

Technical Descriptor/How

Respon teknis atau *technical descriptor* merupakan jawaban dari *voice of customer*, respon teknis dibuat berdasarkan pada diskusi dengan pihak hotel yakni *Housekeeping Manager* dan *HRD Manager*. Adapun respon teknik berdasarkan hasil diskusi yang dipilih adalah:

Tabel 5 *How List*

Atribut	Whats	How
X1	Bangunan Batiqa Hotel menarik	Renovasi bangunan hotel dengan

		penambahan kaca
X2	Dekorasi dan tata ruangan kamar hotel menarik	Renovasi interior hotel dengan penambahan lampu hias pada kulit bangunan hotel serta permainan bentuk eksterior hotel
X4	Tersedia akses Wi-Fi yang cepat	Mengatur ulang posisi router dan modem, penambahan router dan penambahan *speed* Wi-Fi
X7	Layanan sesuai dengan yang dijanjikan	Merubah strategi layanan hotel
X11	Karyawan cepat tanggap dalam menanggapi permintaan tamu	Pengaturan ulang *job description*, dan kegiatan rutin bulanan
X13	Karyawan memproses kebutuhan tamu dengan cepat	Pengaturan ulang *job description*, dan kegiatan rutin bulanan
X18	Karyawan hotel dapat menegur kesalahan yang diperbuat oleh tamu hotel dengan sopan	Pembelajaran *atitude*, dan kegiatan rutin bulanan
X19	Merasakan aman pada saat meninggalkan barang-barang di kamar	Perketat keamanan dan menyediakan cctv di setiap sudut hotel
X20	Merasakan aman pada saat meninggalkan kendaraan di tempat parkir yang telah disediakan	Perketat keamanan dan menyediakan cctv di setiap sudut hotel
X21	Karyawan memahami dengan baik kebutuhan tamu	Melatih karyawan agar lebih peka terhadap situasi pelanggan
X24	Karyawan hotel mau menerima kritik dari hotel dengan baik	Melatih *personal skills* dan kegiatan rutin bulanan

Sumber: *Data Olahan 2021*

Penjabaran Strategi

a. A. Bangunan Batiqa Hotel menarik

Konsumen menilai atribut layanan bangunan Batiqa Hotel kurang menarik. Penilaian ini cukup wajar, mengingat lokasi bangunan cukup sempit dan desain bangunan kurang menarik dengan perkembangan trend yang ada, sementara trend bangunan hotel terus berkembang tiap tahunnya ke konsep yang lebih modern.

B. Dekorasi dan tata ruangan kamar hotel menarik

Pada kenyataannya, dekorasi dan tata ruangan hotel di Batiqa Hotel belum bisa dikatakan menarik, karena banyak pelanggan yang merasa dekorasi dan tata ruangan kamar hotel tidak memiliki keunikan dengan hotel lainnya di Kota Pekanbaru. Adapun saran yang dapat diberikan kepada pihak hotel agar dapat merubah dekorasi dan tata ruangan hotel agar memiliki keunikan tersendiri dan dapat dijadikan pembeda dengan hotel lainnya terlebih dapat dijadikan sesuatu yang disenangi oleh pelanggan ketika menginap di hotel.

C. Ketersediaan akses Wi-Fi yang cepat

Pelanggan hotel menginginkan tersedianya layanan Wi-Fi dengan koneksi yang cepat. Namun pada praktiknya pelanggan menilai atribut layanan Wi-Fi pada hotel kurang memuaskan, terlebih pada jam-jam ramainya pengunjung koneksi jaringan Wi-Fi cenderung melambat. Untuk itu hotel harus melakukan peningkatan kinerja atribut ini dengan cara mengatur ulang posisi router dan modem ke posisi yang lebih strategis agar dapat dijangkau jaringannya, dan menambah router baru untuk memperluas jangkauan jaringan yang ada sebelumnya.

D. Layanan sesuai dengan yang dijanjikan

Dari tinjauan kelapangan, didapati kondisi bahwa masih terdapat beberapa aspek yang harus diperbaiki terkait *job desking* karyawan, mengingat masih banyak karyawan yang kurang tanggap dalam melayanai pelanggan, ditambah masih kurangnya *soft skill*

dari karyawan yang dianggap masih terlihat kebingungan apabila tamu memesan sesuatu. Solusi yang dapat ditawarkan adalah pihak hotel harus dapat mengedepankan pelayanan dan kenyamanan pelanggan agar kepuasan pelanggan dapat tercapai dan hal tersebut tentunya sangat sesuai dengan yang dijanjikan.

E. Karyawan cepat tanggap dalam menanggapi permintaan tamu

Dari tinjuan kelapangan, didapati kondisi bahwa terkadang posisi antara karyawan dengan kamar tamu terpaut jarak yang cukup jauh, hal ini disebabkan karyawan yang merangkap membersihkan kamar dan juga lobby tidak hanya bertugas pada satu lantai, namun hingga 3 lantai. Adapun solusi yang ditawarkan terkait permasalahan ini adalah menyediakan karyawan yang khusus sebagai *waiters* disatu lantai dengan *job description* yang lebih menfokuskan pada memantau segala permintaan tamu disamping bertugas membersihkan kamar. Terkait masalah komunikasi, solusi yang ditawarkan untuk meningkatkan komunikasi yang efektif antar karyawan adalah dengan mengadakan kegiatan rutin bulanan

F. Karyawan memproses kebutuhan tamu dengan cepat

Dari tinjauan lapangan, didapati kondisi bahwa kurangnya koordinasi antar lini dalam struktur organisasi hotel belum berjalan dengan baik sehingga hal tersebut yang menyebabkan proses pemenuhan kebutuhan tamu dapat tersendat dan memakan waktu yang lama. Untuk itu, peneliti menyarankan kepada pihak hotel agar dapat memperbaiki sistem koordinasi antar lini yang ada di hotel dan bila perlu menambah karyawan agar tidak terjadi keterlambatan pemrosesan kebutuhan tamu.

G. Karyawan hotel dapat menegur kesalahan yang diperbuat oleh tamu hotel dengan sopan

Pada praktiknya, masih terdapat beberapa karyawan yang melakukannya dengan kurang sopan dan tidak sesuai dengan prosedur yang berlaku, hal tersebut yang sering dikeluhkan oleh para tamu hotel notabene belum memahami tata tertib yang disediakan hotel. Untuk itu, peneliti menyarankan agar pihak hotel dapat melakukan pembenahan *attitude* karyawan agar tidak terjadi kesalahan serupa.

H. Merasakan aman pada saat meninggalkan barang-barang di kamar

Berdasarkan pratinjau lapangan, peneliti mendapati keluhan pelanggan yang mengeluh terkait posisi barang-barang yang ditinggalkan sudah berpindah tempat dan tidak sedikit juga yang mengalami kehilangan barang. Untuk itu, peneliti dapat menyarankan agar pihak hotel dapat meningkatkan keamanan hotel di setiap sudut hotel dan menindak tegas apabila mendapati karyawan yang mencuri dan segera mengganti barang yang telah hilang.

I. Merasakan aman pada saat meninggalkan kendaraan di tempat

Pada praktiknya masih banyak pelanggan yang merasa kurangnya tenaga keamanan, khususnya tenaga keamanan yang menjaga di sekitar wilayah parkir hotel, mengingat parkir hotel yang sempit sehingga pihak hotel menyediakan tempat parkir diluar dari area hotel. Hal tersebut dirasakan peneliti pada saat pratinjau

lapangan yang melihat masih ada pelanggan hotel yang memarkirkan kendaraannya diluar dari area hotel. Solusi yang dapat ditawarkan yaitu dapat berupa perluasan area parkir hotel dan menambah tenaga keamanan di sekitaran area parkir.

J. Karyawan Memahami dengan baik kebutuhan tamu

Pada praktiknya pelanggan menilai penerimaan kritikan yang diberikan dari pelanggan kepada pihak hotel belum sepenuhnya dilaksanakan. Hal tersebut terlihat dari masih terdapat kesalahan yang sama dilakukan oleh pihak hotel pada saat pelanggan meminta bantuan kepada karyawan untuk kedua kalinya. Solusi yang ditawarkan kepada pihak hotel untuk dapat menampung segala jenis kritik yang disampaikan oleh pelanggan dan dapat memperbaiki segala jenis kritikan tersebut.

.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

1. Sebagian besar atribut kualitas layanan bernilai positif, gap rata-rata yang diperoleh adalah sebesar 0,1775, ini menunjukkan kualitas layanan pada Batiqa Hotel sudah memuaskan para pelanggan.
2. Terdapat sebelas atribut menjadi prioritas perbaikan. Keenam atribut tersebut memiliki tingkat kepentingan tinggi namun kinerja yang dihasilkan tidak dapat memenuhi harapan pelanggan dengan baik. Atribut tersebut adalah X1, X2, X4, X7, X11, X13, X18 “, X19, X20, X21 dan X24. Diantaranya yang memiliki gap terbesar adalah atribut X1 “Bangunan Batiqa Hotel menarik” yaitu sebesar -0,1300, sementara gap terkecil adalah atribut X4 “Ketersediaan akses Wi-Fi yang cepat” yaitu sebesar 0,0400.
3. Strategi yang dapat dilakukan untuk perbaikan atribut yang menjadi prioritas perbaikan diantaranya adalah dengan merenovasi bangunan hotel, pengaturan ulang posisi router dan modem serta penambahan kecepatan Wi-Fi, memperbaharui peralatan dengan teknologi terbaru, *maintenance* bulanan, mengfungsikan kinerja manajer dengan maksimal, pengaturan ulang *job description* karyawan, kegiatan rutin bulanan, pelatihan *soft skill*, *attitude* karyawan, memperluas area parkir kendaraan, sistem keamanan tambahan dengan menambah *barrier gate*, CCTV, dan tambahan lampu.

Saran

Hal-hal yang dapat disarankan berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan adalah sebagai berikut:

1. Dalam rangka meningkatkan kualitas layanan, pihak Batiqa Hotel Pekanbaru harus dapat menanggulangi faktor-faktor pada dimensi *Service Quality* yang menjadi prioritas perbaikan.
2. Seluruh pihak harus dapat berperan aktif dalam melakukan perbaikan layanan yang diberikan kepada pelanggan, agar pelanggan semakin nyaman
3. Saran untuk penelitian selanjutnya adalah agar mengeksplorasi model yang sudah ada dengan menambahkan variabel-variabel lain. Mengingat penelitian ini

masih jauh dari sempurna dan tidak luput dari berbagai kesalahan yang mungkin terjadi.

DAFTAR PUSTAKA

A. Zeithaml, V. Parasuraman, A. dan LL. Berry 1985. *Problems and Strategies in Services Marketing*. Jurnal of Marketing Vol. 49.

Berry L.L., VA Zeithaml, dan A Parasuraman. 1990. *Five Imperatives for Improving Service Quality*. Sloan Management Review. Summer 29-38.

Arikunto, S. 2012. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Rineka Cipta. Jakarta

Berry, L.L., V.A. Zeithaml, dan A. Parasuraman. 1990. *Five Imperatives for Improving Service Quality*. Sloan Management Review. Summer 29-38.

Gasperz, V. 1997. *Manajemen Kualitas. Penerapan Konsep-konsep Kualitas dalam Manajemen Bisnis Total*. Yayasan Indonesia Emas and PT Gramedia Pustaka Utama. Jakarta

Kotler, P., dan G. Amstrong. 2008. *Principles of Marketing.* 12th edition Prentice Hall International by Pearson Education.

Kotler, P. 2000. *Marketing Management: Analysis, Planning, Implementation and Control*. Milenium edition Englewoods Cliffs, NJ: Prentice-Hall International.

Parasuraman, A., V. A. Zeithaml, dan L. L. Berry. 1996. *A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research*. *Journal of Marketing*, 49. Halaman 41-50.

Parasuraman, A., V. A. Zeithaml, dan L. L. Berry. 1988. *A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality*. *Journal Retailing,* 64.

Santoso, S. 2000. *Buku Latihan SPSS Statistik Parametirik*, Jakarta: PT. Elex Media Komputindo, Kelompok Gramedia.

Supranto, J. 2006. *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan untuk Menaikkan Pangsa Pasar*. Rineka Cipta. Jakarta.

Tjiptono, F. dan G. Chandra. 2012. *Pemasaran Strategik*. Andi. Yogyakarta.

Tjiptono, F. dan G. Chandra. 2016. *Service, Quality & Satisfication*. Andi. Yogyakarta.

Zeithaml, V. A., A. Parasuraman. dan L. L. Berry 1985. *Problems and Strategies in Services Marketing*. Jurnal of Marketing Vol. 49.

Zeithaml, V. A., dan B. M. Jo. 1996. Services Marketing. McGraw-Hill. New York.